

IV Foro Académico de Letras y Lenguas Modernas FALE Internacional. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata en coordin, La Plata, 2021.

EL ARTE EN EL MAPA Y EL TERRITORIO DE MICHEL HOUELLEBECQ.

Fernando Agustín Urrutia.

Cita:

Fernando Agustín Urrutia (2021). *EL ARTE EN EL MAPA Y EL TERRITORIO DE MICHEL HOUELLEBECQ. IV Foro Académico de Letras y Lenguas Modernas FALE Internacional. Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación de la Universidad Nacional de La Plata en coordin, La Plata.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/fernando.agustin.urrutia/19>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/ph2p/n1D>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

EL ARTE EN EL MAPA Y EL TERRITORIO DE MICHEL HOUELLEBECQ

Fernando Agustín Urrutia (FaHCE-UNLP)
Urrutiafernando4994@gmail.com

En el mundo de la técnica se puede seguir alabando a los escritores y enriqueciendo a los pintores; se le puede reservar un sitio al arte porque es útil o porque es inútil, obligarlo, reducirlo, o dejarlo libre. La suerte, en este caso favorable, tal vez sea la más desfavorable. Aparentemente, el arte no es nada si no es soberano. De ahí la incomodidad del artista de ser todavía en un mundo donde, sin embargo, él se ve injustificado.
Maurice Blanchot, “La desaparición de la literatura”

Introducción

Michel Houellebecq es uno de los escritores más leídos y polémicos de la literatura en lengua francesa actual. Desde la publicación de su primera novela, *Ampliación del campo de batalla* (1994), Houellebecq supo darse a conocer gracias al fuerte contenido social y filosófico que contienen sus obras: críticas a la posmodernidad, a la sociedad de consumo, la liberación sexual, el vacío metafísico, entre otros. La totalidad de estos temas son tratados desde una narrativa que ha sido adjetivada con términos como combativa, controversial y lacerante, pero que posee también un incuestionable valor literario, lo que le permitió al autor acomodarse en los podios más prestigiosos de la literatura a nivel mundial, aun cuando la polémica en torno a sus declaraciones islamofóbicas opacó su imagen. Pues, pese a que es un escritor contemporáneo, su estilo ha sido comparado con el clásico realismo francés del siglo XIX, atravesado por una fuerte influencia de Céline y por la frialdad y desencanto de las novelas existencialistas de Sartre y, sobre todo, de Camus. No es de extrañar que de la perfecta fusión de estas corrientes literarias surja un arma poderosa con la que atacar la era posmoderna, caracterizada por la caída de los grandes relatos, la sensación de vacío, y el narcisismo en el que se ven inmersos los individuos como síntoma de una lógica de consumo que se ha expandido a todos los niveles de la vida, tanto económicos como subjetivos y hasta metafísicos. Estos tópicos tienen una larga trayectoria en los estudios sociológicos desde mediados del siglo XX y son el eje central del que se desprenden las diversas interpretaciones que puedan tener lugar en la vastedad del universo houellebecqueano, donde se nos brinda una visión soez y pesimista del mundo contemporáneo, con la que el autor crea un tipo de estética propia, basada en la abyección, la oquedad y el

hartazgo. De esta forma, la literatura, con Houellebecq, un gran admirador, también, de Balzac, retoma aquella antigua, casi olvidada, función social del realismo y simbolismo francés decimonónico: la denuncia de las falencias de la modernidad, del progreso y de la exacerbación de la racionalidad técnica, de las costumbres burguesas y, por supuesto, del rol del arte y sus distintas concepciones. Así, el estilo romántico-realista se ve rejuvenecido en Houellebecq gracias a una fuerte dosis de ironía, humor desesperado y la angustia existencial de un mundo decadente, pero también por una clara intencionalidad moral, teñida de un sentimentalismo a la vez nostálgico y vil. En *El mapa y el territorio* -premio Goncourt 2010 y hasta el momento la mejor novela del autor- confluyen todas estas características a las que nos tiene acostumbrados Houellebecq e incluye, por primera vez como tema principal, una aguda reflexión crítica sobre el arte contemporáneo, disparada por algunas preguntas clave que hilan el argumento de la novela: ¿Puede hoy el arte cambiar la vida? ¿Cuál es, en verdad, su rol? ¿Se ha definido finalmente, como lo deseaba Adorno, como un lugar de resistencia frente al capitalismo? ¿Ha evolucionado para denunciar o para acompañar la postmodernidad? ¿Qué importancia tiene en la sociedad; se recurre a ella? ¿Cómo se establece el valor del arte? ¿Hay coincidencia entre una corazonada individual y la demanda del mercado? Claramente, son preguntas que exceden con creces los límites de este trabajo y de la novela de Houellebecq en sí, pero con el fin de esclarecer, aunque sea un poco, el caos que generan estas incógnitas y poder así estudiar en profundidad la novela que nos ocupa, es preciso introducir, primero, una breve digresión sobre el rol del mercado en el campo artístico actual, para luego reseñar, en diálogo con el desarrollo de la novela, las teorías estéticas que se ponen de manifiesto y que se resignifican con el ingreso a la posmodernidad y “la caída de los grandes relatos”, y brindar, de esta forma, un análisis más vasto y profundo sobre el estado en que se encuentra el arte en tiempos donde la crítica y los métodos formales parecen declinar hacia su ocaso, y donde los conceptos de “buen gusto” o arte “alto” y “bajo” parecen anularse y fundirse en su propia caducidad: “Declarar que el arte ha llegado a su fin significa que este tipo de crítica ya no es lícita. Ningún arte está ya enfrentado históricamente contra ningún otro tipo de arte. Ningún arte es más verdadero que otro, ni más falso históricamente que otro” (Danto, 49)

Arte, posmodernidad y mercado: resto, angustia y “niños mimados”¹

Que la mediocridad ha dominado en todos los tiempos eso es indudable; pero que ahora reina más que nunca, que se vuelve triunfadora absoluta e incómoda, es tan cierto como lamentable [...] Podría decirse que la insignificancia, la puerilidad, la falta de curiosidad, la calma anodina de la autocomplacencia sucedieron al ardor, a la nobleza y a la turbulenta ambición, tanto en las bellas artes como en la literatura [...] El artista, hoy y desde hace ya varios años, es, a pesar de su falta de mérito, un simple niño mimado.
Charles Baudelaire, “Salón de 1859”

Las exclamaciones de Baudelaire contra los artistas de su tiempo dan cuenta del fenómeno que paulatinamente ha irrumpido, mediado, impulsado y enriquecido a veces (pero también debilitado como nunca antes) el campo del arte: se trata, claro está, del predominio infranqueable del mercado. Así lo expresaba el poeta francés a mitad del siglo XIX:

Por más que la fatuidad moderna vocifere, eructe todos los borborigmos de su tosca personalidad, por más que vomite todos los sofismas indigestos con los que una filosofía reciente la abarrotó hasta el hartazgo, cae de maduro que la industria, irrumpiendo en el arte, se convierte en el más mortal de los enemigos, y que la confusión de las funciones impide que cualquiera de ellas sea bien cumplida. La poesía y el progreso son dos ambiciosos que se odian con un odio instintivo, y cuando se encuentran en el mismo camino uno de los dos debe servir al otro. (Baudelaire, 2009, 82)

Efectivamente, y tal como Walter Benjamin lo insinuó una vez, Baudelaire escribía más para los lectores del futuro que para los de su propia época. Lejos de perderse en la agitación del tiempo y el olvido, sus palabras reverberan la misma actualidad y potencia que hace casi dos siglos. Pues si en los tiempos de Baudelaire, donde la Revolución Industrial estaba en su apogeo y los primeros síntomas de un capitalismo ya instalado lograban convivir con las principales corrientes artísticas que atravesaron la modernidad, era ya evidente que la razón técnica y mercantil se imponía como el nuevo orden del mundo, en la posmodernidad² el mercado, se sabe, se erige como el vate que dirige y organiza todos los aspectos de la vida humana, entre los que se incluye, por supuesto, el arte. En este último campo, la industria y el mercado se han instaurado como un nuevo tipo de mecenazgo: un señor sin rostro y sin voz, cuya estela envuelve al artista y lo subyuga o bien desde el puro silencio, o bien desde la mutua complicidad,

haciendo del artista ese “niño mimado” refugiado entre sus pies. Si bien es cierto que el arte, por la propia dicotomía que la constituye -esto es, un aspecto simbólico y otro material, es decir, valuable en términos económicos- nunca escapó al ámbito mercantil y a las reglas que este impone³, es verdad también que en las últimas décadas el circuito artístico ha sido diezmado por los grandes emporios empresariales y multinacionales, que mediante transacciones millonarias y la inevitable fetichización de los productos artísticos suplantaron ese valor simbólico, estético, por apreciaciones ligadas a la competencia y la propaganda tal como lo imponen las reglas que rigen y constituyen el mercado: la ley de la oferta y la demanda, o la satisfacción inmediata de necesidades materiales con el fin principal de obtener el mayor margen de ganancias posible en el menor lapso de tiempo. De este modo, el tiempo se instaaura como el gran enemigo de la era capitalista: el ocio como espacio de reflexión, tan necesario para la contemplación ética, no se amolda a una sociedad cuya lógica no tolera la inconformidad, la manifestación de esa incompletud irreductible que devela todo acontecimiento artístico. Y con esto me veo obligado a adelantar mi hipótesis: considerar el arte como aquello que surge allí donde más bien podría haber nada: una nada considerada no como tinieblas y vacío sino como llanura, cotidianeidad, dogmatismo, naturalización, costumbre: la vida que pasa frente a nuestros ojos como una eterna tarde de domingo: predecible, suave, insulsa e inanimada. El arte, en este contexto, se manifiesta como una catástrofe del sentido: es la revelación de un resto incalculable que, como peces sorprendidos, se escurre en la fiebre misma de lo calculable para extraer de la oscuridad encerrada ese algo corrosivo e ilusorio que proyecta sobre un trasfondo cósmico sus contornos imprecisos. Un resto que inevitablemente escapa a lo predeterminado, a la rutina, al afán totalizador de la razón técnica y/o mercantil, donde no hay espacio para el azar.

La misma contemplación de las obras de arte, separada forzosamente de objetivos de acción, se experimenta a sí misma como *interrupción de la praxis inmediata*, y por ello como algo práctico en sí mismo, al estar resistiendo a la participación activa. [...] El arte no es solo el pionero de una praxis mejor que la dominante hasta hoy, sino igualmente la crítica de la praxis como dominio de la brutal autoconservación *en medio de lo establecido y a causa de ello*. Denuncia como mentirosa a una producción por la producción misma, opta por una praxis más allá del trabajo. (Adorno, 1983, 26, resaltado nuestro)

Arte contemporáneo: entre la reflexión y el vacío

El objeto más trivial produce inspiraciones sublimes. [...]
El arte es grande únicamente porque engrandece.
Gustave Flaubert. Carta a Louise Collet.

Jed Martin, se nos presenta como un artista hastiado y melancólico, huérfano de madre y con una relación “a medias tintas” con su padre, un reconocido arquitecto especializado en el diseño de balnearios. Desde pequeño, Jed mostró una clara inclinación artística al dibujar flores y demás formas naturales, además de desarrollar una personalidad austera y solitaria: “No tenía ningún amigo íntimo y no buscaba la amistad ajena” (43), lo que con el tiempo desembocará, junto con su arte, en la pasividad y el desencanto. “Consagró su vida (al menos su vida profesional, que bastante pronto se confundiría con el *conjunto de su vida*) al arte, a la producción de representaciones del mundo en las cuales la gente, sin embargo, no debería vivir en absoluto” (Houellebecq, 2010, 34, resaltado en el original). Cuando inició sus estudios en la Escuela de Bellas artes, Jed había abandonado la pintura por la fotografía, y había encontrado en los objetos manufacturados una fuente fructífera de material fotografiable que, aunque “le valió el respeto de sus profesores, no le permitió en modo alguno unirse a uno de los grupos que se formaban a su alrededor, impulsados por una ambición estética común o, más prosaicamente, por un intento colectivo de entrar en el mercado del arte.” (2010, 36). Sin embargo, una vez finalizados sus estudios, Jed consigue ser contratado por dos agencias de fotografías que enviaban sus imágenes de productos manufacturados a las revistas de publicidad y demás organismos ligados al marketing. Este período de la vida de Jed, aclara el narrador, es el que en su biografía oficial se conoció como “de homenaje al trabajo humano”. Resulta curioso y hasta necesario mencionar la observación que hace el padre de Jed durante esta primera etapa de la exitosa carrera de su hijo, cuando este consigue solventarse a sí mismo con su trabajo como fotógrafo:

“Estoy contento de que seas autónomo- respondió su padre-. En mi vida he conocido a varios individuos que querían ser artistas y a los que les mantenían sus padres; ninguno consiguió triunfar. Es curioso, podría creerse que la necesidad de expresarse, de dejar huella en el mundo, es una fuerza poderosa; y, sin embargo, por lo general, no basta. Lo que mejor funciona, lo que empuja a la gente con la mayor violencia a superarse sigue siendo la pura y simple necesidad de dinero. (2010, 39)

Estas palabras, podemos decir, cierran esta primera etapa de la vida de Jed, donde ya es evidente –aunque él aún no lo perciba- el rumbo que tomará su carrera. Si bien Jed trabaja para la industria, no renuncia, como profesional formado en el arte clásico y gran admirador de Mondrian, Klee, Rembrandt y Velázquez, pero también como lector de Platón, Sófocles, Balzac, Hugo, Dickens y Flaubert (2010, 43), a sus trabajos independientes, a sus fotografías de arte “puro”, y espera, con ello, alcanzar algún día el tanpreciado prestigio, el reconocimiento de su arte por su *valor*, lo que nos obliga a recordar la teoría del sociólogo francés Pierre Bourdieu sobre la instauración de las reglas que determinan, justamente, el valor del arte:

El productor del *valor de la obra de arte* no es el artista sino el campo de producción como universo de creencia que produce el valor de la obra de arte como *fetiché* al producir la creencia en el poder creador del artista [...]; la obra de arte solo existe como objeto simbólico provisto de valor si es conocida y está reconocida, es decir si está socialmente instituida como obra de arte por unos espectadores dotados de la disposición y la competencia estéticas necesarias para conocerla y reconocerla como tal, la ciencia de las obras tendrá como objeto no solo la producción material de la obra sino también la producción del valor de la obra o, lo que viene a ser lo mismo, de la creencia en el valor de la obra. (Bourdieu, 1995, 339)

Desde el afán de sus compañeros de estudios por entrar en el mercado del arte, pasando por la utilización de las imágenes de Jed para publicidades de revista, hasta las palabras certeras de su padre, el mercado es el telón de fondo que sustenta todas las acciones con que el joven artista irá haciéndose un lugar en el ámbito del arte. Si bien la emancipación del artista, el poder vivir de lo que hace, se produjo gracias, en gran medida, al mercado, no cabe duda de que hoy es el único encargado de la circulación de las obras, de su visibilidad, recepción y apreciación mediante entidades afines a él, como las galerías, críticos, prensa, etc. En otras palabras, el mercado es el que instaura el tan polémico *valor de la obra de arte*. Veamos la reacción de Jed al darse cuenta de esto:

Y un buen día, al desembalar un disco duro Western Digital que acababa de llevarle un mensajero, y del que debía entregar negativos bajo diferentes ángulos al día siguiente, comprendió que había acabado con la fotografía de objetos, al menos en el campo artístico. Era como si el hecho de haber llegado a fotografiar estos objetos con una finalidad puramente profesional, comercial, invalidase toda posibilidad de utilizarlos en un proyecto creativo. Esta evidencia tan brutal como inesperada le sumió en un período depresivo de débil intensidad durante el cual su principal distracción cotidiana pasó a ser el programa *Questions pour un champion*, presentado por Julien Lepers. (Houellebecq, 2010, 45)

Detengámonos en esta primera parte. Hasta aquí la historia plantea a un artista que busca su objeto de representación y lo encuentra en elementos que podríamos caracterizar como banales, tradicionalmente exentos de la categoría de “objetos artísticos”. Ahora bien, dado que la obra se enmarca dentro de la era posmoderna, y, por consiguiente, del arte contemporáneo -donde no existen estilos privilegiados sino que todo parece entrelazarse y convivir pacíficamente (Danto, 1999)- podemos indagar en cuáles son las corrientes artísticas de las que deriva el arte de Jed, y las teorías que dialogan con su estilo y su concepción estética, que son, en parte, las planteadas por Robert Danto, Walter Benjamin.

El hecho de utilizar productos manufacturados remite, en primera instancia, al arte de los años sesenta, principalmente al movimiento del *pop art* liderado por Andy Warhol. ¿Qué quería mostrar Warhol al exponer una Caja Brillo, o sus famosas latas de sopa Campbell en una galería de arte? Ya que aún observados en detalle, “no hay nada que marque una diferencia visible entre la *Brillo Box* [...] y las cajas de Brillo de los supermercados” (Danto, 35). Sin embargo, una es concebida como arte y la otra no. El mensaje parece ser claro: lo que caracteriza al arte no es lo visual, lo bello, sino lo que quiere decir, lo que representa la obra. En una góndola de supermercado, la caja Brillo es un simple producto más, perdido en la totalidad de lo cotidiano. Pero al colocarla en una galería de arte, deja de serlo: algo significa; el artista desea comunicarnos algo, pues tal es su función. Este vuelco de lo futil a lo reflexivo -que es, en definitiva, el principio básico del llamado “arte conceptual”- por el mero traslado del lugar que ocupa un objeto es lo que Danto llama “transubstanciación” o “transfiguración” del lugar común.

“el arte conceptual demostró que no necesariamente debe haber un objeto visual palpable para que algo sea una obra de arte. Esto significa que ya no se podría enseñar el significado del arte a través de ejemplos. También implica que en la medida en que las apariencias fueran importantes, cualquier cosa podría ser una obra de arte, y que si se hiciese una investigación sobre qué es el arte, sería necesario dar un giro desde la experiencia sensible hacia el pensamiento. Esto significa, en resumen, que se debe dar un giro hacia la filosofía. (Danto, 1999, 35)

De este modo, la innovación de Warhol no es solo una revalorización de lo popular –y como veremos más abajo, del consumo masivo-, sino también una expansión de todos los límites del arte conocido hasta entonces, lo que produjo que en las calles se rumoree

acerca del “fin del arte”: “Se había producido una especie de cierre en el desarrollo histórico del arte, que había llegado a su fin una era de asombrosa creatividad en Occidente de probablemente seis siglos” (Danto, 1999, 43) Lo que marcaba el inicio de una nueva era: la del arte contemporáneo o “posthistórico” (como prefiere Danto), caracterizado, tras el fin del programa artístico de la modernidad, por la ausencia de un objetivo común, ya que parecía que “cualquier nuevo arte no podría sustentar ningún tipo de relato en el que pudiera ser considerado como su etapa siguiente” (Danto, 1999, 27). En consecuencia, el arte contemporáneo se concibe como “un periodo de información desordenada, una condición perfecta de entropía estética, equiparable a un periodo de una casi perfecta libertad. Hoy ya no existe más ese linde de la historia. Todo está permitido.” (Danto, 1999, 35)

Jed Martin se inscribe, en un principio, dentro de este contexto. Su inclinación a fotografiar productos manufacturados no solo es un guiño a la obra de Warhol, sino también un síntoma propio de la relación del arte contemporáneo con el pasado:

El arte contemporáneo no hace alegato contra el arte del pasado, no tiene sentido que el pasado sea algo de lo cual haya que liberarse, incluso aunque sea absolutamente diferente del arte moderno en general. En cierto sentido lo que define al arte contemporáneo es que dispone del arte del pasado para el uso que los artistas le quieren dar. Lo que no está a su alcance es el espíritu en el cual fue creado ese arte. (Danto, 1999, 27)

Ya no se busca la ruptura, ni la polémica. Todo convive entre generalidades y multiplicidades infinitas. A nadie le importa si lo trivial “produce inspiraciones sublimes”, o si el arte “engrandece”. “Ha llegado a ser evidente que nada referente al arte es evidente” (Adorno, 1983, 9) La historia del arte “no tiene una dirección que tomar. El arte puede ser lo que quieran los artistas y los patrocinadores” (Danto, 1999, 58). Esto no significa que cualquier cosa es valorada como arte, sino que lo “bueno y lo malo en materia de arte no tiene que ver con el estilo correcto o el estar en el manifiesto correcto.” (Danto, 1999, 59) En efecto: los grandes manifiestos, durante el proyecto moderno, definieron qué tipo de arte era verdadero y cuál no, eliminando todo aquello que no se ajustaba a sus concepciones. Hoy, este relato ha finalizado: el fin del arte es el ocaso de la era de los manifiestos y el inicio de una etapa de convivencia mutua, ya que “todos los estilos tienen igual mérito, ninguno es mejor que otro.” (Danto, 1999, 59). Estilos que, a su manera, se vuelcan hacia lo mismo: expandir los límites de lo que puede ser arte. Y la crítica, a su vez, cumple la función filosófica de “explicar por qué

son obras de arte” (Danto, 1999, 57) Sacarle fotos a productos industriales y, como sucederá después, a los mapas Michelin, es también una transfiguración del lugar común y, por extensión, una incitación a la reflexión sobre qué es el arte. Es una intervención del personaje que alude a este contexto del campo artístico actual. Lejos han quedado ya los debates acerca de si la fotografía es o no un tipo de arte. El mismo Walter Benjamin, quien renegó en varios escritos de la fotografía, propuso la idea de “inconsciente óptico”:

Solo gracias a ella [la fotografía] percibimos ese inconsciente óptico, igual que solo gracias al psicoanálisis percibimos el inconsciente pulsional. Dotaciones estructurales, texturas celulares, con las que acostumbran a contar la técnica, la medicina, tienen una afinidad más original con la cámara que un paisaje sentimentalizado o un retrato lleno de espiritualidad. A la vez que la fotografía abre en ese material los aspectos fisiognómicos de mundos de imágenes que habitan en lo minúsculo, suficientemente ocultos e impenetrables para haber hallado cobijo en los sueños en vigilia, pero que ahora, al hacerse grandes y formulables, revelan que la diferencia entre técnica y magia es desde luego una variable histórica. (Benjamin, 1989, 67)

Mostrar en detalle lo que en la celeridad del presente se nos escapa, tal es la virtud de la fotografía. Jed multiplica el alcance de esta teoría: al exhibir imágenes de objetos manufacturados, obliga al espectador a ver no sólo qué detalles poseen, sino qué comunican esos objetos tan triviales. El juego es, así, doble: que algo sea digno de ser fotografiado genera expectativa por saber qué se pondrá de manifiesto, cuál será la significación de los pormenores. Que ese algo sea un producto de mercado genera extrañamiento y reflexión: ¿qué elementos estéticos encontrar/buscar en él? ¿Qué es lo que transmite para que sea expuesto en la categoría de arte? ¿Cuáles son los límites, entonces, de esa categoría? Al igual que una lomada súbita entre la inmensidad de la llanura, el arte es una ruptura, una interrupción en la percepción lisa y plana del sujeto: una apertura, un foso iluminado en medio del misterio indefinidamente fragmentado de la vida activamente adormecida. Esto no es otra cosa que la puesta en escena de ese resto que saca a relucir, en el abrumado conjunto de lo determinado, ese silencio que yace destejido en la silueta de lo calculado. El arte conceptual, la transfiguración del lugar común, el inconsciente óptico, al provocar reflexión allí donde más bien podría haber nada, es decir, pura cotidianeidad, son prácticas disruptivas donde irrumpe aquello que se escapa. La reflexión, de esta forma, no sólo genera goce, sino también epifanías imprevistas, imborrables, impensadas; produce cambios repentinos de perspectivas: en este caso, la búsqueda de aquello que pueden transmitir las cosas que

conforman el mundo estandarizado. Generar una reflexión artística a partir de una caja Brillo, o de la fotografía de un objeto manufacturado, es la manifestación, justamente, de una interrupción: descoloca pensar que eso pueda ser arte. Se genera, así, una tergiversación de los convencionalismos que conforman al sujeto: de lo fútil se extrae una posibilidad de contemplación, la existencia de un concepto, un significante que escapa a la utilidad: obligar a pensar lo no calculado de esos objetos –que puedan ser arte, en este caso, o, mejor, que puedan *decir algo sobre* el arte- es lo que produce el hecho estético. Borges, en “La muralla y los libros”, ya había formulado una idea similar:

“La música, los estados de felicidad, la mitología, las caras trabajadas por el tiempo, ciertos crepúsculos y ciertos lugares, quieren decirnos algo, o algo dijeron que no hubiéramos debido perder, o están por decir algo; esta inminencia de una revelación que no se produce, es, quizá, el hecho estético” (Borges, 1994, 13)

Un decir algo, una revelación a veces inalcanzable, pero que inferimos como algo posible, aunque sea momentáneamente. Me niego a creer que tal experiencia no es retenida en la intimidad de la conciencia, pues es la sensación más cercana a la manifestación de esa fisura insondable, infinitamente pequeña e irreductible que separa las palabras y las cosas, el pensamiento y la realidad, la percepción y el entorno. Algo de ese quiebre siempre queda en el receptor, a veces en dosis suficiente como para generar cierto malestar inconsciente por la vaga sensación de que la vida, aunque sea en el plano del arte, puede ser de otro modo. Y es precisamente aquí donde el arte contemporáneo entra en conflicto. Luego de mucho meditar, nos queda claro que la sopa Campbell o la fotografía de un disco rígido pueden ser arte, ¿y después qué? ¿Qué se retiene? ¿Que los límites del arte son en tal grado arbitrarios que no vemos que todo puede ser arte? Y si todo puede ser arte ¿Qué puede, entonces, llegado un punto, sorprender, generar cambios, turbaciones en la conciencia? El problema del arte luego de Warhol (es decir, luego de que este tipo de propuestas fuera aceptada) es que ya no genera el placer de la ruptura y la reflexión, sino el de la mera impresión, volcada incluso hacia la risa o el chiste. Es un tipo de arte que ha sido naturalizado por las instituciones y el mercado. Warhol mismo fue inmediatamente absorbido por este último, tal como sus críticos más radicales lo anticiparon. Sus obras se ven reproducidas hoy en remeras, tazas, adornos y demás utensilios: pocos artistas han sido víctima de tal grado de fetichización. El mismo Jed Martin fue fagocitado rápidamente por las

compañías de propaganda, a tal punto de sentir repugnancia por sus propias producciones al saber cuál sería su fin. El arte como mercancía ya no produce el famoso “goce”, o la experiencia de desobjetivación del espectador (ni del propio artista) que desaparece, se pierde en la contemplación de la obra, en el contacto con esa fisura, ese resto o “entre” inasible, isalvablemente cercano, que muestra la fantasía de que un mundo distinto, que no atañe a la racionalidad ni al tejido vulgar de la realidad, es posible.

El punto de placer que ofrece la obra de arte, aunque es una protesta contra el universal carácter de mediación de las mercancías, tiene también un cierto carácter de mediación: quien desaparece en la obra de arte queda así dispensado de la miseria de una vida siempre demasiado mezquina. (Adorno, 1983, 26)

Este costado subversivo del arte parece estar hoy eclipsado, como consecuencia de la producción de obras que no pretenden generar placer estético sino interés comercial, o placer consumista; apuntan a la satisfacción del mercado o, mejor, de la demanda. El giro filosófico del arte hacia sí mismo, su afán de expandir sus límites con cada nueva intervención, genera, sí, una reflexión que es, en su medida, una ruptura, un extrañamiento, pero ¿en qué medida? ¿Cuánto nos queda, en verdad, de esa interrupción perceptual? *El Mapa y el territorio*, justamente, transcurre como si el fin del arte propagado por Hegel se hiciera realidad en su costado más perverso: el hecho estético ya no importa, sino el provecho que de él puedan sacar quienes lo alientan. Las diversas formas que adopta el arte contemporáneo, al no pertenecer ya a algún relato inscrito en la conciencia colectiva que marque la sensibilidad histórica del presente (Danto, 1999, 27), y al volcarse hacia una reflexión sobre sí misma y sobre los límites que aún pueda adular, se ha especializado y desvinculado de su contexto: se ha erigido un muro inasible entre el arte y aquellos que no pertenecen exclusivamente al campo artístico, lo que anula todo potencial disruptivo y permite, por ende, la fagocitación del arte por el mercado y entidades afines:

La capacidad del arte de volver dudosas las convenciones orgánicas de la sociabilidad y del poder necesita tomar en cuenta el contexto que da sentido a su práctica negativa y la vuelve comunicable. No para alcanzar eficacia pragmática, como si fuera un programa de transformaciones sociales, sino para que sus intervenciones no sean neutralizadas por sus propias inercias institucionales. (Canclini, 15)

La hipótesis crítica de Houellebecq es, entonces, la siguiente: concebir el hecho estético como una reflexión sobre el arte mismo, sin pertenecer a un programa histórico que lo fundamente, que le permita establecer un diálogo con su contexto y no anclarse en el mero rubro de lo acontecimental, de los actos triviales y momentáneos que no necesitan descripción (como el arte performativo, conceptual post-Warhol, etc.), permite la intromisión del mercado y convierte a los artistas en los “niños mimados” favoritos de grandes empresarios (ligados al arte o no). No es para nada casual que la novela comience con Jed pintando *Jeff Koons y Damian Hirst repartiéndose el mercado del arte*, que pertenece, como nos enteramos más tarde, a su serie de cuadros titulada “Oficios”. Así se lo describe al inicio de la historia:

Jeff Koons acababa de levantarse de su asiento con los brazos hacia delante en un impulso de entusiasmo. Sentado frente a él, en un canapé de cuero blanco parcialmente recubierto de seda, un poco encogido sobre sí mismo, Damien Hirst parecía a punto de emitir una objeción; tenía la cara colorada, sombría. [...] Era evidente que había un problema con Koons. Hirst era, en el fondo, más fácil de captar: podías verlo brutal, cínico, el estilo de «me cago en vosotros desde las altura de mi pasta»; también podías verlo como el *artista rebelde* (pero siempre rico) que trabaja en una *obra angustiada sobre la muerte*; había, por último, en su rostro algo sanguíneo y pesado, típicamente inglés, que le asemejaba a un hincha común del Arsenal. [...] Koons, por el contrario, parecía poseer cierta doblez, como una contradicción entre la marrullería corriente del agente comercial y la exaltación del asceta. (Houellebecq, 2010, 9)

Tanto Jeff Koons, un referente del llamado “arte kitsch”, como Damien Hirst, conocido por ser el autor de la obra posmoderna más cotizada dentro del mercado del arte, son dos referentes del arte contemporáneo. De hecho, se los suele asociar con lo que sociólogo polaco Zygmunt Bauman denominó “arte líquido”, siguiendo la línea de lo que él llama “modernidad líquida”.

“Hacen [estos artistas contemporáneos] el arte de la modernidad líquida: cuando el tiempo fluye pero ya no discurre, no se encamina. El cambio es constante y ya no hay conclusión: una secuencia incesante de nuevos inicios donde [...] la destrucción final del objeto ya está incorporada en él desde su concepción. La modernidad líquida puede definirse como un estado que anula las importantes dualidades que definieran el marco de la antigua y sólida modernidad: la oposición entre artes creativas y destructivas, entre aprender y olvidar, entre ir hacia delante y retroceder. La flecha del tiempo ya no tiene punta: tenemos flecha pero sin punta. [...] lo propio de las grandes obras es que, aunque pasen los siglos, siguen suscitando las mismas emociones, las mismas experiencias artísticas. Estos artistas de la era líquido-moderna, por el contrario, se centran en acontecimientos pasajeros: acontecimientos que, de entrada, se sabe que serán efímeros. Saben que el

arte como acontecimiento, no ya el arte como obra, concluirá pronto. Los artistas diseñan y montan instalaciones que son *happenings*: duran lo que dure la exposición, acabada esta se desmontan y desaparecen. Crean obras que quedarán expuestas a las inclemencias del tiempo y que acabarán desintegrándose [como Hirst]. Intencionadamente, trabajan con materiales frágiles y friables, a diferencia de los artistas de antes que buscaban los secretos de los tintes y de los materiales para que sus obras perduraran eternamente. (Bauman, 2014, 41)

Si hasta Warhol inclusive el arte se presentaba, como una lejanía, una sensación de extrañamiento, de interrupción de lo dogmático, de desorientación al no hallar correspondencia entre lo que se observa y lo que usualmente concebimos como arte (ya predeterminado), además de manifestar ese placer cuya esencia contiene también el desencanto frente al deseo imposible de un ideal, de lo idílico, o del aspecto que cobra entre abstractos infinitos y reflexivos lo innominado, el arte conceptual, contemporáneo, líquido, como ya mencionamos, crea esa ruptura pero en el orden de lo puramente acontecimental, solo percibido por críticos y expertos, y que es, también, sensible a la fetichización y a la estandarización, es decir, a la canonización académica, lo que anula de inmediato cualquier intención subversiva. Y para el mercado, por su parte, no será más que un utensillo inflado de plusvalía por el simple hecho de imponérsele el epíteto de “obra de arte”. Tal es la diferencia con el arte del gran proyecto de la modernidad: con intención rupturista o no, entablando un diálogo abyecto, paródico o cortés con el canon de su tiempo, de una forma u otra, los artistas siempre referían al relato moderno de la universalidad, los grandes temas y valores. Si bien la historia ha demostrado la imposibilidad de sostener un proyecto basado en ideales tan abstractos y de proyecciones globales, hoy, al no haber un programa, al estar inmersos en esa “flecha sin punta”, se desdibuja y consume cualquier lejanía, cualquier intento por trasladarnos o revelarnos un lugar distinto del que ocupamos normalmente; el arte queda, así, vacío, y, por extensión, a merced del mercado. Se ha caído en la pura fetichización, en la contemplación de lo que Heidegger llamó el ser-objeto de la obra: “Toda empresa en torno al arte, hasta la más elevada, la que solo mira por el bien de las obras, no alcanza nunca más allá del ser-objeto de las obras. Ahora bien, el ser-objeto no constituye el ser-obra de las obras” (Heidegger, 2014, 33) Un ser-obra que para Heidegger, como no podría ser de otro modo, no es más que una exploración metafísica donde el arte tiene la función privilegiada de develar el ser de las cosas. Sin embargo, en la tensión entre el valor simbólico y el económico, se somete al arte, frente a la mirada atónita y nostálgica del artista, a un vacío metafísico en función de la pura materialidad. Que el arte hable

del arte, como es la propuesta contemporánea, ilusiona al artista, primero, deleita al crítico (y únicamente a él), segundo, y por último alimenta al mercado, que engloba a los dos anteriores. Todo acaba, de una forma u otra, en el mundo de las finanzas.

Todo tiene valor solo en la medida en que se puede intercambiar, no por el hecho de ser algo en sí mismo. El valor de uso del arte, su ser, es para ellos un fetiche, y el fetiche, su valoración social, que ellos confunden con la escala objetiva de las obras, se convierte en su único valor de uso, en la única cualidad de la que son capaces de disfrutar. De este modo, el carácter de mercancía se desmorona justamente en el momento en que se realiza plenamente. El arte es una especie de mercancía, preparada, registrada, asimilada a la producción industrial, adquirible y fungible; pero esta especie de mercancía, que vivía del hecho de ser vendida y de ser, sin embargo, esencialmente invendible, se convierte hipócritamente en lo invendible de verdad, tan pronto como el negocio no solo es su intención sino su mismo principio. (Adorno y Horkheimer, 2001, 203)

Esto es, precisamente, lo que sucede con la empresa Michelin –la gran firma francesa de neumáticos, conocida también por sus guías turísticas-, durante la segunda parte de la novela.

Figura de artista: entre el dinero y la angustia

*A medida que me aparto de los artistas,
más me voy entusiasmando con el arte.*
Gustave Flaubert, Carta a Louise Collet

*El artista no depende de lo visible ni de lo
tangible. Tiene visiones y sueños para alimentarse.*
Oscar Wilde

*Ser artista es no saber nunca que ya existe un arte,
ni tampoco que ya existe un mundo.*
Maurice Blanchot, “El encuentro con lo imaginario”

Luego de su fallido proyecto con los productos manufacturados, Jed descubre por casualidad durante un viaje los mapas de la guía Michelin, a los que concibe con aguda contemplación estética:

“Nunca había contemplado un objeto tan magnífico, tan rico de emociones y de sentido, como aquel mapa Michelin a escala 1/150.000 de la Creuse, Haute-Vienne. En él se mezclaban la esencia de la modernidad, de la percepción científica y técnica del mundo, con la esencia de la vida animal. El diseño era complejo y bello, de una claridad absoluta, y solo utilizaba un código de colores restringido. Pero en cada una de las aldeas, de los pueblos representados de acuerdo con su importancia, se sentía la palpitación, el llamamiento de decenas de vidas humanas, de decenas o centenares de

almas, unas destinadas a la condenación, otras a la vida eterna”
(Houellebecq, 2010, 47)

Decide, sin dudar, fotografiarlos. Una de esas fotos se dio a conocer en una muy concurrida exposición organizada por varios artistas, en su mayoría ex compañeros de estudios de Jed. Entre los concurrentes se encontraba una joven de origen ruso llamada Olga, “una de las cinco mujeres más bellas de París” según nos enteramos unas páginas después. Lejos de interesarse en la obra de Jed por juicios de orden estético, a Olga le llaman la atención las fotografías por un motivo concreto: ella es representante oficial de la empresa Michelin. Rápidamente ofrece a Jed una cita con sus superiores, arregla una exposición basada íntegramente en el trabajo de Jed con los mapas y se convoca a la prensa. La crítica elogia con ímpetu la obra de Martin, que se vende casi en su totalidad, y nuestro artista, además del dinero y de verse de pronto siendo una celebridad artística momentánea, consigue también el amor de Olga, con quien inicia un corto pero apasionado romance. Aún así, la actitud distante, indiferente y melancólica de Martin para con el mundo y su propia existencia permanece intacta, como si la fama, el éxito y el amor, le generaran el mismo entusiasmo que a una aspiradora. Pues aún con los elogios de la crítica, sus fotos son tratadas como una mera oportunidad comercial para la empresa, y él como el “niño mimado” de los grandes accionistas, que festejan “el fin del malentendido entre Michelin y e mundo del arte” (2010, 73).

We are a team- añadió Forestier [uno de los dirigentes de Michelin] sin que realmente fuera necesario-. Nuestras ventas de mapas han aumentado un diecisiete por ciento durante el mes pasado-continuó-. [...]Lo más inesperado es que incluso hay compradores para los antiguos mapas Michelin, lo hemos observado en las subastas de Internet. Y hasta hace unas semanas nos conformábamos con triturar esos viejos mapas...-añadió, fúnebre-. Hemos dejado dilapidar un patrimonio cuyo valor no sospechaba nadie de la casa...hasta sus magníficas fotos. (2010, 79)

Jed se convierte así en el “niño mimado” favorito de la empresa durante el tiempo que dura su relación con Olga, ya que, como nos tiene acostumbrados Houellebecq, la pareja debe separarse abruptamente cuando ella es enviada por la empresa a Rusia, por tiempo indefinido. Esto es motivo suficiente para que Jed rompa su vínculo con Michelin, sin antes aceptar ciertos términos para lo que resta de sus obras aun en venta. El vínculo de Jed con el mercado nunca había sido tan arduo, debido a que “sus estudios habían sido puramente literarios y artísticos y nunca había tenido la oportunidad de meditar sobre el misterio capitalista por antonomasia: el de la *formación de precios.*” (2010, 82). Precios

que partían de los dos mil euros por un tamaño estándar de una de sus fotografías. Con un antecedente así, no resulta extraño que consiguiera un nuevo patrocinador inmediatamente después de abandonar su contrato con Michelín: el galerista Franz Teller.

Es aquí donde la historia da un nuevo giro, y donde Houellebecq redobla la apuesta en su ironía sobre el rumbo que toman las obras de arte hoy en día. Bajo la tutela de Teller, Jed se embarca en la producción de una serie de sesenta y cinco cuadros hiperrealistas denominada “Oficios”, en la que invierte nada menos que siete años, y de la que los críticos posteriores caracterizarían como “de homenaje al trabajo humano”. Eran nada menos que retratos de personalidades en el ejercicio de su profesión, tales como *Bill Gates y Steve Jobs discutiendo sobre el futuro de la informática*, *El arquitecto Jean-Pierre Martin abandonando la dirección de su empresa*, *Aimée, escort-girl*, *Ferdinand Desroches, carnicero caballar*, *Claude Vorilhon, gerente de un bar estanco*, entre muchos otros. La puesta en circulación de estas obras es impulsada por una reseña del escritor Michel Houellebecq (el autor realiza una autoparodia de su imagen con este personaje, al que caracteriza de bulímico, autista, misántropo, alcohólico y maníaco-depresivo; y que emite, además, un célebre monólogo sobre Tocqueville y William Morris), con quien Jed entabla una extraña relación de amistad, ya que encuentra en él a un doble de sí mismo. Los cuadros, por otra parte, son cotizados y vendidos a precios descomunales: Jed se hace acreedor de una fortuna de más de quince millones de euros. No podemos dejar de mencionar algunos pasajes de la noche de la exposición de las obras, donde concurrieron varios “peces gordos”, según Marylin, la organizadora del evento.

-Es bueno que estés en una situación de competencia potencial desde el día de la inauguración- prosiguió ella-. Es un círculo pequeño, todos se conocen, van a empezar a calcular, a imaginar precios. [...] ¿Ves al tipo de allí, delante del cuadro Bugatti? [...] Es Carlos Slim Helú. Mexicano, de origen libanés. Por su aspecto nadie lo diría, ya lo sé, pero ha ganado montones de dinero en las telecomunicaciones: se calcula que es la tercera o la cuarta fortuna mundial, y es coleccionista... (2010, 174)

Por más que el escenario sea ahora el de una galería de arte, y de que el gestor sea un hombre vinculado directamente al mundo del arte (Franz Teller), queda claro ya en este punto de la novela que el valor y reconocimiento de las obras siempre estará mediado por el dinero y las normas del mercado (lo que se acentúa vigorosa e irónicamente en la tercera parte de la novela, con el brutal asesinato de Michel Houellebecq, que había

recibido de parte de Jed, como obsequio por su amable reseña, un retrato de él mismo en pleno acto de escritura; un retrato valuado en novecientos mil euros que lo llevó a la muerte). Por tal motivo, podemos formularnos la siguiente pregunta ¿Cuál es la situación del artista en este mundo de los negocios? Los dueños de las más grandes fortunas del mundo desean contratar a Jed para ser retratados por él, ofreciendo un mínimo de un millón de euros por cada lienzo. Jed, como era de esperarse, se niega. Resulta curiosa la caracterización que hace Teller de nuestro héroe frente a esta situación: “Empiezo a conocerte, siempre has sido igual, ya eras así en la época de los mapas Michelin: trabajas, te encarnizas en tu rincón durante años; y en cuanto expones tu obra, en cuanto obtienes el reconocimiento, lo dejas.” (2010, 181) ¿Por qué razón Jed parece resignarse luego de alcanzar el éxito? Pues había “*producido una obra*, como se suele decir, sin encontrar, sin vislumbrarla siquiera, la felicidad” (2010, 211) La respuesta a esta infelicidad y marginación es quizás la desazón que le produce ver su propia obra convertida en un producto cotizado a gran escala y consumido por “coleccionistas”. No olvidemos que Jed es un joven sensible, de aguda sensibilidad artística, y un ferviente lector de la literatura del siglo XIX que decidió consagrar su vida al arte, manteniendo una actitud distante y apática con el mundo. Es, en fin, un artista que podemos caracterizar como “romántico”, si tenemos en cuenta, además, que *El mapa y el territorio* puede leerse como una novela de artista, donde el personaje se ve enfrentado al mundo que lo rodea, presenta un fiero antagonismo con la sociedad de su tiempo, y que mantiene una relación especial con el arte, que se erige como un criterio normativo de sus vidas. El sufrimiento de lo homogéneo recibe el nombre de hastío. La vida bohemia se transforma, así, en esa luz indecisa de la angustia donde el artista puede conservar sus ideales a salvo de la vida ordinaria, carente de artificios. Ideales que, sin embargo, no lo dejan exento del dolor, la soledad y la angustia propio de los artistas modernos decimonónicos; angustia que es causada, en parte, por la plena conciencia de que la realidad, aunque solo sea en el plano artístico, puede diferir de lo que es, puede cuestionarse, puede interrumpir ese sueño dogmático en que se es obligado a vivir. Pero todo termina para estos artistas, por lo general, en un fracaso existencial y creativo, acentuado, en nuestro tiempo (y es esto lo que padece Jed Martin), por las leyes del mercado a las que se ve subyugado este tipo de sujeto, para quien el dinero y la fama no son motivo de consuelo:

Él mismo había sido distinguido, menos de un mes antes, por la *ley de la oferta y la demanda*, la riqueza le había envuelto de repente como una lluvia

de chispas, liberado de todo yugo económico, y cayó en la cuenta de que ahora iba a abandonar aquel mundo del que en realidad nunca había formado parte, sus relaciones humanas, ya poco numerosas, iban a secarse una tras otra y a extinguirse, estaría en la vida como estaba actualmente en el habitáculo de acabado perfecto de su Audi Allroad A6, apacible y sin alegría, definitivamente neutro. (2010, 236)

El hecho de que Jed no se identifique con el arquetipo del artista contemporáneo (alejado por completo de este perfil melancólico) dota a la historia de cierto perspectivismo crítico. Ya mencionamos que no es para nada azaroso que la novela comience con Jed pintando *Jeff Koons y Damian Hirst repartiéndose el mercado del arte*. No solo el título del cuadro da cuenta de una de las directrices de la novela, sino que también este lienzo es el único de la serie “Oficios” que Jed no logra acabar, y que termina por destrozarlo contra el suelo. Según Wong Fu Xin, un crítico posterior de la serie “Oficios”, señala que Jed, “deseoso de dar una visión exhaustiva del sector productivo de la sociedad de su tiempo [...], en un momento u otro de su carrea, debía necesariamente representar a un artista.” (Houellebecq, 2010, 108). “Debía”, pero no lo logró. Y la razón es simple: Jed detesta al arte y a los artistas de su tiempo, ya que “conocía a algunos personalmente y sólo le inspiraban desprecio, los consideraba a todos igual de creativos que un fotomatón.” (2010, 11) En este sentido, Damian Hirst y Jeff Koons se comportan “pura y sencillamente como jefes comerciales” (2010, 197). Jed no puede representar el “oficio” del arte porque no se identifica con los artistas que supuestamente lo representan, primero, y segundo, porque su propia noción de lo que es arte (muy decimonónica) le impide considerar al arte como uno de esos oficios ligados al capitalismo de su época que tanto éxito le dieron:

Muchos años después, [...] a Jed le interrogarían en numerosas ocasiones sobre lo que, en su opinión, significaba ser *artista*. No habría de encontrar nada interesante ni muy original que decir, exceptuando una sola cosa que en consecuencia repetiría casi en cada entrevista: ser artista, en su opinión, era ante todo ser alguien *sometido*. Sometido a mensajes misteriosos, imprevisibles, que a falta de algo mejor y en ausencia de toda creencia religiosa había que calificar de *intuiciones*; mensajes que no por ello ordenaban de manera menos imperiosa, categórica, sin dejarte la menor posibilidad de escabullirte, a no ser que perdieras toda noción de integridad y de respeto por ti mismo. Esos mensajes podían entrañar la destrucción de una obra, y hasta un conjunto entero de obras, para emprender una nueva dirección o incluso a veces sin un rumbo en absoluto, sin disponer de ningún proyecto, de la menor esperanza de continuación. En este sentido, y solo en este sentido, la condición de artista podía calificarse de *difícil*. En este sentido también, y solo en él, se diferenciaba de esas profesiones u

oficios a los que rendiría homenaje en la segunda parte de su carrera, la que le granjearía un renombre mundial. (Houellebecq, 2010, 94)

Mensajes que Jed parece asir en su totalidad, ya en los tramos finales de su vida, en su última gran obra, “una meditación nostálgica sobre el fin de la era industrial europea, y más en general sobre el carácter precedero y transitorio de toda industria humana” (Houellebecq, 2010, 377). En los videos que conforman la pieza, todo aquello que representa la cultura manufacturada, al arte kitsch, y a la humanidad misma, aparece en perpetua degradación hasta que, finalmente, la naturaleza termina devorando todo rastro de existencia: el triunfo de la vegetación, de la belleza libre y natural, es total.

Meticulosamente construida, *El mapa y el territorio* es, así, un grito melancólico, una reflexión sobre el valor y el rol del arte en nuestros días, sobre las relaciones humanas (el vínculo de Jed con su padre, el enigmático suicidio de su madre, sus amores, etc.), sobre la angustia existencial de un tipo de artista como producto, en parte, de la dominación ideológica del comercio y la tecnología, donde las obras son devoradas como un producto más en el torbellino infinito y sin descanso de las novedades efímeras que tanto proliferan jornada tras jornada. Es evidente que nuestro protagonista se encuentra inmerso en el universo por el que se desplaza el mejor Houellebecq, cuya especial lucidez para representar el aire de nuestro tiempo se nos presenta teñida de un humor lacerante, de una resonancia a veces terrible, más ligada al llanto que a la risa, donde conviven lo bello (el estilo cuidado y realista), la ironía, la frialdad y la desilusión; así como también la obsesión por la sexualidad, el amor como fuente de sufrimiento, la muerte como única certeza en la vida del hombre, el satanismo y los rituales violentos (el brutal asesinato de Michel Houellebecq, por ejemplo), el narcisismo, la hipocresía, entre otros síntomas y visiones pesimistas y apocalípticas de la vida posmoderna. Todos estos temas conforman el realismo decadente que encierra la prosa de Houellebecq, donde el lector es víctima de un secuestro literario que siempre deja un sabor amargo, y que, sin embargo, deleita.

NOTAS

¹ Tanto al referirnos a la posmodernidad como al mundo contemporáneo haremos alusión al plano estrictamente temporal, identificado con la actualidad. Vale esta aclaración debido a las diferenciaciones entre “contemporáneo” “posmoderno” y “posthistórico” planteadas por Robert Danto. En este sentido, utilizaremos preferentemente el término “arte contemporáneo” para referirnos a las obras ligadas a nuestra era.

² Uno de los grandes debates intelectuales que atravesó la segunda mitad del siglo XX, se sabe, es el que sostuvieron los defensores de la modernidad y sus valores de raíces ilustradas y de carácter universal, contra los detractores de la misma, que bajo la insignia de haber entrado en lo que llamaron “posmodernidad” intentaron dar cuenta del evidente derrumbe de los grandes relatos que habían incitado y promovido la era anterior, además de explicar los nuevos fenómenos que producía el avance del capitalismo y la creciente globalización. Hoy resulta evidente la victoria de estos últimos, en especial si volcamos nuestra atención hacia el presente, y observamos las formaciones y características de las nuevas subjetividades que se han generado con la sociedad de consumo, ligada, por supuesto, al tipo de capitalismo ácido que surgió en la década del veinte en Estados Unidos, y que hoy rige en casi todo el planeta, impulsado por una lógica de mercado hasta ahora imparable. De hecho, si tuviéramos que seleccionar un rasgo único y fundamental que describa a la posmodernidad, ese sería el consumo masivo. Luego de la Segunda Guerra Mundial se produjo una verdadera revolución tecnológica: la aparición de los medios masivos de comunicación audiovisual permitieron achicar las distancias, dieron espacio a discursos minoritarios antes ignorados, a la libertad de expresión, mayor igualdad de derechos, entre otros. Además, en nuestro presente los gobiernos democráticos se han afianzado y fortalecido, ya que se ha puesto fin a las ideologías totalitarias y disciplinarias que se gestaron durante la modernidad y que la llevaron, en efecto, hacia su fracaso. Sin embargo, también se ha dado lugar (y aún continúa) a una proliferación sin precedentes del discurso propagandístico, superfluo y mediático, que se basa en la estimulación constante del deseo y de la lucha por satisfacerlo. En su ya clásico libro *La era del vacío*, Lipovetsky advierte que el establecimiento de esta dialéctica de consumo y su difusión exacerbada mediante los mass media ha producido cambios en los modos de percibir, de interpretar el tiempo y el espacio, la vida propia y la de los demás; en fin, una alteración de la subjetividad que ha generado una política individualista en los sujetos, así como la creación de una sociedad cuyos valores tradicionales fueron suplantados, según el sociólogo francés, por el hedonismo y el exceso de información inútil, donde se ha generado "una nueva forma de control de los comportamientos, a la vez que una diversificación incomparable de los modos de vida, una imprecisión sistemática de la esfera privada, de las creencias y los roles [...]" (Lipovetsky, 1983: 5). De este modo, los sentimientos modernos de pertenencia a un fin colectivo, de deber político, la creencia en el progreso histórico, el hombre nuevo, la vanguardia y la revolución, se han degradado casi en su totalidad. Ya no existe algo que movilice o comprometa a los individuos en la búsqueda de sentidos universales, lo que deriva en el vacío en que, afirma Lipovetsky, se ven sumergidos los sujetos como consecuencia de una política de personalización que ha promovido el vuelco hacia la individualidad, la mera subjetividad, en fin, hacia el narcisismo. Por lo tanto, el motivo que predomina en la posmodernidad es el sujeto y su anhelo de realizarse, de ser libre: paradoja que se manifiesta en las técnicas de control social cada vez más sofisticadas, donde lo que

realmente se produce es una "ilusión de libertad" totalmente alienada y manipulable, que conserva a las masas indiferentes, sumidas en un torbellino infinito de ofertas, publicidad y discursos vacuos, poco creíbles y carentes de toda emoción. El vuelco de las personas hacia una moral de culto a sí mismas, donde lo que importa es vivir rápido, el *carpe diem* en base al consumo, la celeridad, el culto al cuerpo y la sed de novedades efímeras (que el sistema se encarga de ofrecer con un vigor apabullante), trae consigo el miedo a la vejez, la ansiedad, la frustración, la engañosa indiferencia de la muerte y de la absurdidad, y el rechazo de las relaciones humanas unidas por valores sentimentales (ya que para el sujeto narcisista los propios impulsos amenazan el equilibrio interior), entre otros rasgos propios de la era capitalista. Según la tesis de Lipovetsky, el giro narcisista genera la incapacidad de experimentar algún tipo de afecto y de deseo, como consecuencia de la búsqueda constante de placer, así como el sentimiento de desesperación, vacío y angustia que lentamente, pero sin cesar, abate contra la sociedad y los individuos de la posmodernidad. (Lipovetsky, 1983: 76).

³ Respecto a esto, anotan Adorno y Horkheimer en "La industria cultural": "El arte como ámbito separado ha sido posible, desde el comienzo, solo en cuanto burgués. Incluso su libertad, en cuanto negación de la funcionalidad social, tal como se impone a través del mercado permanece esencialmente ligada a la premisa de la economía de mercado. Las obras de arte puras, que niegan el carácter de mercancía de la sociedad por el mero hecho de seguir su propia ley, han sido siempre, al mismo tiempo, también mercancías." (2001, 202)

BIBLIOGRAFÍA:

- Adorno, T. *Teoría estética*. Madrid, Orbis, 1984.
- Adorno, T. y Horkheimer, M. *Dialéctica de la ilustración*. Madrid. Trotta, 2001.
- Baudelaire, Charles. *Arte y modernidad*. Buenos Aires, Prometeo libros. 2009
- Bauman, Zygmunt. *Arte, ¿líquido?* Buenos Aires, Sequitur, 2014.
- Benjamin, Walter. “Pequeña historia de la fotografía”. En: *Discursos Interrumpidos I*, Buenos Aires, Taurus, 1989.
- Borges, Jorge Luis. “La muralla y los libros” En: J.L. Borges. *Obras Completas*. Buenos Aires, Emecé, 1994.
- Bourdieu, Pierre. *Las reglas del arte. Génesis y estructura del campo literario*. Barcelona, Anagrama, 1995.
- Danto, Robert. *Después del fin del arte*. Barcelona, Paidós, 1999.
- García Canclini, Néstor. “¿Por qué hay literatura y no más bien nada?”. En: Foffani, Enrique, Basile, Teresa (coord.). *Literaturas compartidas*. La Plata, Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, 2014.
- Heidegger, Martin. *Arte y poesía*. México, FCE, 2014.
- Houellebecq, Michel. *El mapa y el territorio*. Barcelona, Anagrama, 2010.
- Lipovetsky, Gilles. *La era del vacío: ensayos sobre el individualismo contemporáneo*. Barcelona, Anagrama, 1986.
- Plata, Francisco. *La novela de artista: el Kunstlerroman en la literatura española finisecular*. Tesis doctoral, University of Texas al Austin. En línea: <https://www.lib.utexas.edu/etd/d/2009/plataf74100/plataf74100.pdf>

BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA:

- Benjamin, Walter. *La era de arte en la era de su reproducción técnica*. Buenos Aires, El Cuenco de Plata, 2011.
- Danto, Robert. (2003) *El abuso de la belleza: la estética y el concepto de arte*. Buenos Aires, Paidós, 2012.
- Fassin, Éric...[et.al]. *Discutir Houellebecq*. Buenos Aires, Capital Intelectual, 2015.
- Houellebecq, Michel, 1998. *El mundo como supermercado*. Buenos Aires, La Página. 2011.
- Oliveras, Elena. *Estética. La cuestión del arte*. Buenos Aires, Emecé Editores, 2007.

